



## Communication et organisation

42 | 2012

La communication, dimension oubliée de l'intelligence économique

---

# Industries créatives, industries de territoire : la géographie culturelle d'une métropole régionale

Philippe Béraud et Franck Cormerais

---



### Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/3961>

DOI : 10.4000/communicationorganisation.3961

ISSN : 1775-3546

### Éditeur

Presses universitaires de Bordeaux

### Édition imprimée

Date de publication : 1 décembre 2012

Pagination : 203-216

ISBN : 978-2-86781-772-4

ISSN : 1168-5549

### Référence électronique

Philippe Béraud et Franck Cormerais, « Industries créatives, industries de territoire : la géographie culturelle d'une métropole régionale », *Communication et organisation* [En ligne], 42 | 2012, mis en ligne le 01 décembre 2014, consulté le 19 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/3961> ; DOI : 10.4000/communicationorganisation.3961

---

## Industries créatives, industries de territoire : la géographie culturelle d'une métropole régionale

Philippe Béraud<sup>1</sup>, Franck Cormerais<sup>2</sup>

Partant d'une mobilisation de l'art et des médias dans la constitution d'une dynamique territoriale, la construction d'un imaginaire est au centre de l'approche développée dans cet article. La construction d'un quartier de la création à Nantes et la mise en œuvre de la biennale *Estuaire* (2007-2009-2012) servent de symptômes pour comprendre les relations entre culture et médias sur un territoire. Concernant le deuxième phénomène, une telle programmation s'inscrit hors du cadre traditionnel des biennales d'art contemporain : « *Estuaire accompagne un projet politique : la création de la métropole Nantes Saint-Nazaire* ». Cet extrait d'un dépliant de communication institutionnelle associe une complémentarité, qui n'a rien d'évident. Pour la saisir dans toutes ses dimensions, il faut remarquer l'importance de l'inscription des villes moyennes dans des échelles de spatialités multiples, dont témoignent la mondialisation et les effets d'entraînement induits par la métropolisation qui l'accompagne. Ce phénomène souligne des enjeux urbains. L'image du territoire, sa construction et son vécu, sont portées par des médiations, qui redistribuent les contours de l'espace public.

L'intérêt porté ici à ces projets est guidé par la problématique de l'*hyperterritoire*, qui relance la question culturelle du lieu, de la ville et de la communication, en relation avec les industries créatives, les systèmes d'information et les médias. Dans cette perspective, le quartier de la création et la biennale *Estuaire* ne constituent pas seulement les creusets d'activités nouvelles. Ils s'identifient également l'un et l'autre à un *média territoire*, c'est-à-dire un support privilégié de relations favorisant l'appropriation d'un imaginaire par des collectifs. En résulte un *continuum* entre art, culture et

1 Télécom Bretagne et Centre Interdisciplinaire d'Analyse des Processus Humains et Sociaux (CIAPHS) ; philippe.beraud@telecom-bretagne.eu

2 Professeur des Universités en Sciences de l'Information et de la Communication à l'Université Bordeaux 3, chercheur au laboratoire Médiation, Information, Communication, Arts (MICA), axe Communication, Organisations et Sociétés ; franck.cormerais@u-bordeaux3.fr

média, d'où émerge l'attractivité d'une dynamique territoriale portée par les industries culturelles et les industries créatives.

L'approche critique d'une géographie culturelle renouvelée souligne le rôle fédérateur de l'imaginaire. Pour saisir la cristallisation d'un lieu, il convient de recourir à une méthode qui superpose une approche géographique et humaine, une approche culturelle et médiatique, une approche économique et sociétale. Dans cette perspective, la transformation des façons de dire et de voir, ainsi que des attachements, font du *média territoire* un opérateur discriminant qui permet de préciser les différences de nature entre, d'un côté, l'attractivité d'une intelligence territoriale et, de l'autre, un marketing du territoire propre à confondre logique du lieu et logique de marché.

Si le territoire créatif renvoie à des représentations, suscite des imaginaires, il demeure donc également comptable de son programme et, à l'intérieur de celui-ci, des objectifs d'intégration des habitants et des étrangers, dont il favorise la réalisation. Promouvoir une culture pour tous et par tous suppose un imaginaire et des choix stratégiques. De ce point de vue, le déploiement d'un *média territoire*, comme le quartier de la création ou la biennale *Estuaire*, dessine à la fois la frontière d'un *hyperterritoire* et les orientations des industries culturelles et des industries créatives, qui deviennent ainsi des *industries de territoire*.

En s'appuyant sur ces hypothèses, l'approche critique de la géographie culturelle se penche en premier lieu sur les éléments d'une dynamique de la culture (1). Dans les développements suivants, le rôle des médias dans l'appropriation d'un imaginaire collectif sera abordé par la mise en œuvre d'une éditorialisation du territoire (2). Enfin, les interprétations à propos de l'établissement d'industries culturelles et médiatiques, issues du territoire, permettront d'identifier l'émergence d'un modèle industriel de la création collective, susceptible de guider des politiques publiques (3).

### **La dynamique de la culture dans la constitution d'une métropole**

Après la crise industrielle, dont la fermeture des *Chantiers de l'Atlantique* incarne un moment exemplaire, la culture a été un moyen pour la ville de Nantes de relancer le rayonnement international du port, en organisant des manifestations culturelles et en invitant des artistes étrangers. La ville a ainsi dépensé jusqu'à plus de 18% de son budget dans la culture. Le Festival des *Allumés*, qui se définissait comme l'expression de la création artistique dans les grandes métropoles européennes avant la fin du siècle, a mis en avant des villes comme Barcelone, La Havane, Buenos-Aires, Glasgow, etc. *Les folles journées* se sont ensuite imposées comme un rendez-vous international de la musique classique, qui a été repris notamment par Bilbao, Tokyo et Varsovie. *Estuaire* est le troisième moment d'une mobilisation de l'art. Cette fois, ce n'est pas seulement la ville, mais tout l'estuaire qui se trouve mobilisé.

Cet objectif annonce l'avenir de la métropole, avenir qu'il convient d'interroger pour comprendre les finalités des politiques culturelles et médiatiques. La constitution d'une métropole d'environ un million d'habitants demeure un but à atteindre pour rester dans la taille des villes capables de s'insérer dans les réseaux européens et, au-delà, dans l'économie monde.

### **L'art et les médias dans un contexte de métropolisation**

Les villes moyennes se trouvent confrontées à une dynamique « transurbaine ». Nantes n'échappe pas à ce phénomène et, dans le cadre d'un changement de périmètre, elle se questionne sur sa centralité intra et extra urbaine (Cormerais, 2009). *Nantes Métropole* reconsidère sa base territoriale de deux manières : d'une part, en redéfinissant la dynamique du centre ville à partir d'un projet d'aménagement d'une île, et, d'autre part, en appréciant sa capacité à maintenir une croissance territoriale durable. Le croisement de ces deux réflexions revient sur le modèle de développement centre/périphérie, pour penser son intégration régionale et européenne. Dans ce cadre, l'art se trouve mobilisé dans une dynamique créative.

### **L'île de Nantes, entre habitat et imaginaire portuaire**

Le projet urbain du centre ville est lié à l'aménagement d'une île entre les deux bras du fleuve. Le directeur de la Samoa, société d'économie mixte qui dirige les opérations, se définit comme un « ensemblier ». L'objectif affiché consiste à veiller à la mixité sociale du projet tout en composant avec des dimensions qui en font l'un des plus grands espaces européens d'aménagement contemporain.

L'île de Nantes redistribue les passages entre le nord et le sud Loire ; elle devient le véritable « pont » de l'agglomération et contribue à la redécouverte des berges du fleuve qui sont aménagées, ouvrant une transversale est-ouest. Nantes retrouve son port et la richesse architecturale de ses quais ; elle prolonge ainsi l'esprit d'aventure et d'entreprise qui demeure, depuis le XVIII<sup>e</sup> siècle, lié à la mer et aux départs vers d'autres contrées. Le projet d'aménagement joue le rôle de métaphore du recommencement pour la ville, qui puise ainsi une partie des sources de sa dynamique urbaine actuelle dans un imaginaire portuaire retrouvé. D'autres villes portuaires, de tailles différentes, ont réussi leur renouveau : Bilbao au pays basque, Malmö en Suède. Nantes se différencie de ces exemples, le projet cherche une originalité ; c'est dans le mouvement de l'île et du port que s'opère la première création commencée il a plus de 10 ans : « *Sur l'île de Nantes, j'ai freiné les impatiences : après l'absurde projet de cité des affaires, la demande de projet était très forte mais j'étais convaincu que, sur cet immense enjeu, il fallait jouer la carte du temps et de l'espace* » (Ayrault, 2003).

Il importait donc, à la fois, de contourner l'urgence et de redonner à l'espace public (150 hectares) une place importante dans la trame du projet, et d'éviter également le mimétisme en favorisant une réponse axée

sur la création. Depuis 2002, l'immobilier conjugue bureaux et logements en convoquant de grandes signatures (Portzamparc, Nouvel). Mais c'est le choix des équipements collectifs qui est privilégié. En témoigne la construction de bâtiments institutionnels comme le palais de justice, la maison des avocats, l'école d'architecture, des espaces culturels (*Les Machines de l'île*, les *Anneaux* de Buren). À ces programmes s'ajoute la concentration d'une partie des filières des industries de la culture et des médias, parmi lesquelles FR3, FIP, Radio Bleue, Ouest France et Loire Océan. C'est en articulant les équipements culturels et médiatiques que la ville se donne les moyens d'organiser des choix structurants pour le territoire.

### Le fleuve et l'extension du territoire

Après l'île, la métropole sort de la communauté urbaine pour fédérer une espace plus large. La biennale *Estuaire* se livre dans une formule : « *La Loire dessine le projet* » (Masboungi, 2003). Cette fois, la production d'un espace se compose comme un système des lieux. L'importance croissante du trafic maritime stimule la réalisation de grands projets, de Shanghai à Rotterdam, de Londres à New York. La qualité des relations de ces ports avec leurs hinterlands, situés généralement à l'embouchure d'un fleuve, conditionne assez largement le développement des activités, sur le plan logistique, industriel et commercial, mais également d'un point de vue sociétal, migratoire et culturel.

Cette constante demeure valable dans le cas de Nantes. La descente de la Loire mène de Nantes à Saint-Nazaire. Invité à une conférence métropolitaine en 2005 qui posait la question, *Quelle métropole voulons-nous ?*, Pierre Veltz dressait le constat suivant : « *Nantes-Saint-Nazaire, c'est environ un million d'habitants. C'est une métropole moyenne et la vie va être dure. La concurrence est forte. Les atouts sont là, mais ils demandent à être valorisés et ils ne sont pas valorisés aussi automatiquement que dans les plus grandes métropoles. [...]. La complémentarité entre ces deux pôles peut être un atout très fort.* » (Veltz, 2005, p. 37-39). Après ce constat, qui établissait de nouvelles limites territoriales, Veltz énonçait les qualités du projet aptes à contribuer à sa réussite, combinant l'atout résidentiel (paysage, climat, qualité de vie), les compétences cumulées (industrie, tertiaire, université), la cohésion sociale, le dynamisme culturel, la qualité de la gouvernance.

En inscrivant la création territoriale dans un schéma global, la métropole cherche à éviter l'écueil classique de la revalorisation, avec ses dérivées spéculatives et ses effets d'éviction. Il s'agit d'éviter un mouvement de balancier, où derrière une requalification des agencements urbains se profile une ségrégation spatiale redoublant la ségrégation sociale (Smith, 1996). Pour se prémunir contre cette ségrégation socio-spatiale, et face à un territoire qui s'affirme de plus en plus comme un *hub* multiplicateur de flux, il importe d'ouvrir l'appropriation du lieu à des logiques complémentaires.

### Nantes Création et Médias 2030

La stratégie de la Métropole, après la mobilisation de l'art, se structure à un second niveau. Dans cette perspective, elle cherche à penser son développement en articulant un projet européen relatif aux industries créatives et un événement intitulé Média 2030. Ces deux manifestations s'inscrivent dans une démarche prospective, qui met le *média territoire* au centre des dynamiques économiques et culturelles intra et interurbaines.

Depuis 2006, *Nantes Métropole* pilote un projet européen baptisé *Ecce* (*Developing Economic Clusters of Cultural Enterprises*). L'objectif d'*Ecce*, construit sur un partenariat avec six autres villes européennes (Aachen, Angers, Eindhoven, Huddersfield, Rennes, Utrecht), consiste à mettre en œuvre des politiques publiques d'incitation et d'accompagnement, visant à stimuler la croissance économique et la création d'emplois au plan local. Lancé en juin 2007, l'agence *Nantes Création* s'adresse aux filières artistiques, culturelles et créatives de l'agglomération nantaise (arts visuels, spectacle vivant, industries culturelles, communication, design, architecture, patrimoine, etc.). Avec les acteurs publics et privés concernés, *Nantes Création* propose des outils (annuaire, base de données) afin d'informer et d'orienter les entrepreneurs dans les phases de création et de développement de leur activité, de favoriser leur implantation dans l'agglomération et, plus généralement, de valoriser et de promouvoir les capacités culturelles et créatives locales. *Nantes Création* se présente comme une vitrine de l'offre culturelle et créative métropolitaine, ainsi qu'un portail au service des entrepreneurs.

C'est dans ce contexte que le projet de *Médias 2030* est initié. Le positionnement de cet événement arrive en appui des missions de *Nantes Création*. L'organisation annuelle de l'événement cherche à fédérer un espace médiatique original, par rapport à d'autres clusters, en partant d'une interrogation collective sur l'impact du numérique sur les modes de vie et sur la construction du territoire. Les thèmes développés par *Médias 2030*, à l'occasion des différentes éditions, comprennent l'open data, la sensibilisation du grand public par la démonstration, l'accompagnement dans les pratiques, la mobilisation collective, la démocratie et la gouvernance locale, les formes du débat public, les outils de concertation et de coopération.

*Médias 2030* soulève trois séries de problèmes, dans la tentative d'accompagner une dynamique urbaine innovante. En premier lieu, il convient de s'interroger sur les conditions dans lesquelles les médias classiques peuvent être mis au service d'un projet territorial partagé. Un deuxième questionnement concerne la manière d'architecturer un espace public participatif reposant sur des médiations numériques et physiques. En troisième lieu, il importe d'évaluer les caractéristiques d'un modèle de développement qui demeure en phase, non seulement avec les enjeux d'une ville, mais aussi avec un réseau européen de projets urbains.

Avec *Nantes Création* et *Média 2030*, le double mouvement local et international de *Nantes Métropole* cherche à établir les bases satisfaisantes d'un modèle d'appropriation du territoire par une intercommunication (Brunet, 2005). C'est probablement à partir de la qualité du rassemblement de ces différentes dimensions que pourra s'apprécier le succès, ou bien l'échec, du projet d'un devenir média du territoire. L'imaginaire du lieu s'ancre dans une représentation collective, animée par une conception du partage des valeurs, de la solidarité et de l'adhésion à une forme nouvelle de territoire. D'autres manifestations renforcent l'originalité de cette démarche. Ainsi un Mémorial de l'esclavage a été inauguré en 2012. Dans la ville réside également un Secrétariat international permanent des Droits de l'Homme et des gouvernements locaux. Enfin, Nantes devient capitale verte européenne en 2013. C'est dans le croisement de ces dimensions que la cité construit sa notoriété internationale, sur l'exigence d'un sens et d'une intelligence, en plaçant ses valeurs au cœur d'une éthique programmatique.

### **L'imaginaire du lieu et le rôle contributif des médias**

Une tension alimente le projet de la Métropole. Les médiations dans la reconquête du territoire participent d'une redéfinition du concept d'événement et s'affirment comme une culture située qui associe les médias locaux. La production d'un imaginaire, comme lien entre le lieu et soi, entre le local et le global, participe de l'organisation projective d'une forme relationnelle. Cette orientation propose un partage du sensible, une perspective/prospective des lieux comprise comme un support des nouvelles relations, qui implique un double questionnement, sur l'appropriation d'un imaginaire par les collectifs et sur la production des contenus.

### **Média Territoire, imaginaire et contribution**

Dans sa relation privilégiée aux médias, le territoire ne peut se concevoir sans les technologies relationnelles. Celles-ci, par leur extension rapide et leur généralisation, bouleversent les rapports à l'information et à la connaissance, à la production de l'une et de l'autre, à leur diffusion et à leur partage. La mobilité, qui s'exprime dans les réseaux sociaux, accentue l'importance des enjeux liés à la circulation des données. Dans le cadre d'une sollicitation plus intense des ressources cognitives, un *média territoire* apprenant et contributif impose tendanciellement un modèle d'innovation qui relance la relation entre technologies de l'information et activité éditoriale, telle qu'elle se déploie en particulier dans l'interopérabilité des réseaux.

Avec les technologies relationnelles, un nombre important d'échanges ont pour objet des préoccupations culturelles ou politiques, à l'image de la participation aux gouvernements locaux, aux activités culturelles et aux industries créatives, ou encore, aux événements politiques ou symboliques, qui constituent des contributions situées. À partir de ces activités, il est possible



d'envisager le territoire selon des modes de production et de distribution de l'information caractérisés par des formes avancées de communication. Les médias citoyens contributifs exploitent déjà largement le potentiel des outils du web 2.0. L'évolution des usages contribue ainsi à faire émerger une série de questions : Quels outils les médias utilisent-ils pour leur projet d'information et d'animation de communautés ? Quels sont les conséquences de la mobilité, de la numérisation, de la convergence des médias, du haut-débit pour la diffusion des idées ? Comment s'organise l'accès à l'information et à son contrôle ? Comment exister dans le flot et la diversité des informations ?

Face à ces questions, la réalité des territoires inscrit un ensemble de pratiques différenciées qui n'apportent pas toujours des réponses satisfaisantes. Chaque institution communique séparément auprès de ses publics, ce qui se traduit par une faible irrigation et une capacité amoindrie à reproduire les expériences innovantes. De leur côté, les réponses des médias classiques paraissent insuffisantes pour traiter, de façon pertinente et approfondie, la complexité du partage de l'information. Ajoutons à cela une participation encore limitée et sélective des habitants. Il existe peu de vision globale de la dynamique des territoires. Il en résulte une déperdition relative de la valeur du lien. Des interrogations demeurent. Que font les médias pour permettre l'accès aux outils pour des communautés éloignées/discriminées au plan technologique ? Dans quelles conditions les médias sociaux peuvent-ils mobiliser de nouveaux contributeurs ? Sur quelles bases ? Quels sont les effets induits sur les territoires physiques ? Quels enseignements peut-on tirer pour une dynamique globale des territoires ?

Comme le montrent ces interrogations, il paraît urgent de concevoir et de mettre en œuvre des dispositifs d'appui, autour d'une éditorialisation des contenus produits par les différents acteurs d'un *média territoire*. Pour cela, il convient d'animer une veille sur des thématiques d'avenir, de capter et produire des ressources pertinentes, d'investir dans les réseaux sociaux pour valoriser toutes les richesses disponibles. Avec cette orientation, il est possible de parler d'une réalité augmentée du citoyen par l'émergence d'un agir communicationnel, dont la propriété fondamentale est d'étendre la logique des réseaux sociaux au-delà de la sphère personnelle.

### Éditorialisation du média territoire et agir communicationnel

Éditorialiser un territoire, c'est mettre celui-ci en perspective selon des critères multidimensionnels, de telle manière qu'il se présente comme un territoire apprenant et contributif. Dans le cadre d'un *média territoire*, au moins cinq domaines majeurs sont pleinement influencés par le fonctionnement des médias : la formation, le savoir, la culture, la politique et l'économie. Rapprocher les institutions d'une « cité numérique » à venir passe par des convergences multiples entre le secteur des médias et d'autres industries. Le territoire apprenant peut devenir un carrefour des savoirs, des



savoir-faire et des savoir-être. Producteur et diffuseur de contenus, inventeur de programmes ouverts sur les réseaux, le territoire autorise un changement des comportements par la généralisation de la co-production.

La contribution des acteurs suppose la création d'ateliers d'éditorialisation. Ainsi, au côté des acteurs classiques de la culture et des médias, de la recherche et de l'enseignement, la politique numérique des territoires consisterait à soutenir des initiatives qui se situent dans la perspective d'un développement de la participation des citoyens sur les réseaux. Dans le secteur des médias, avec la progression irrésistible du numérique, les modèles industriels classiques sont remis en cause, et les modes de production et de diffusion de l'information sortent profondément modifiés. Immédiateté et accessibilité, mise en réseau, constituent aujourd'hui des tendances lourdes, comme le montre le déplacement de l'information et des audiences vers les réseaux sociaux, les blogs et les services de partage de contenus en ligne.

À côté des changements techniques, une évolution majeure se dessine, celle des habitants qui, par leur contribution régulière sur les réseaux numériques, animent une culture expressive et de partage d'idées, produisant individuellement ou collectivement des données métropolitaines. Face aux médias classiques, des bloggers et autres médias citoyens prennent place et proposent un rapport non marchand à l'information. En exploitant les potentialités du numérique, ces acteurs ouvrent la voie à des formes d'expression inédites, de participation, de solidarité, de culture, et introduisent ainsi un autre rapport au territoire par un agir communicationnel contributif.

Les politiques numériques publiques devraient prendre appui sur l'existence de médias émergents organisés en réseaux, afin de répondre à l'aspiration d'un modèle de développement partagé. Le *média territoire*, fédéré en réseau et mobilisé, constituerait alors un solide point d'ancrage pour une culture numérique populaire. Cette orientation favoriserait également le développement des collectifs de médias citoyens, avec des coopérations locales et nationales, d'où pourrait sortir l'invention d'un nouveau mode de production et de valorisation de l'information et de la connaissance. Les réseaux fédérés d'acteurs dans cet agir communicationnel engageraient une dynamique descendante, jusqu'au niveau des quartiers. Ces réseaux participeraient à une information enrichie par l'active contribution des habitants, qui interviennent dans la captation de manifestations journalières de la cité, mais qui, faute de moyens et de mise en synergie, n'ont que peu de visibilité. Captation et post-production seraient les éléments clés d'une production collective de contenus, véritable chaîne de production industrielle venant en relais des logiques culturelles, artistiques, académiques, informationnelles, etc. Dans ces circonstances, le modèle canonique ne serait plus déterminé par les programmes des émissions de télévision, mais par la mise en œuvre de polarités organisées dans une distribution en réseau, qui renouvellerait la question du « *rendez-vous* » par celle de la contribution.

L'éditorialisation d'un *média territoire* apprenant et contributif propose d'aller des communautés de savoir vers la constitution progressive d'une « société d'auteurs » (Stiegler). Dans ce cadre se réinventent les collectifs au travers des contributions de tous. Pour accompagner ce processus, il convient de relancer par les réseaux sociaux une sociabilité qui, loin d'une révolution fantasmée, opère par l'augmentation des contributions. Ainsi s'élabore une relation entre valorisation et normes, où la valeur de l'engagement partagé pourrait garantir un renforcement de l'attachement au lien social, nécessaire au déploiement d'une création collective. C'est précisément ce processus de création que la métropole Nantes Saint-Nazaire se propose de favoriser, à partir de modèles économiques associés.

### **Les industries de territoire, les externalités et l'économie contributive**

La constitution d'un *média territoire* autour d'une métropole régionale amplifie, par l'accroissement et la diversification des besoins locaux, par l'orientation donnée aux politiques publiques et, corrélativement, par l'extension de la base informationnelle située, la nécessité de penser les industries culturelles, créatives et médiatiques comme des *industries de territoire*. La nature des activités concernées relève d'une définition qui renvoie à un rapport spécifique entre l'industrie et son espace. De même, les stratégies de localisation des activités s'inscrivent pleinement dans l'organisation de l'*hyperterritoire*, à la fois par l'intermédiaire des externalités qu'elles déploient et des nouvelles formes de régulation économique qu'elles autorisent.

### **Localisation contrainte, avantage construit et industries de territoire**

Les grilles de lecture de l'économie industrielle, combinées à celles de l'économie régionale, ont fait émerger de nouvelles approches sur la territorialisation des activités (Torre, Beuret, 2012) et sur la mobilisation de la ressource locale (Gumuchian, Pecqueur, 2007). Les systèmes productifs localisés, les milieux innovateurs ou les clusters technologiques constituent les différentes déclinaisons de ces analyses portant sur les effets d'agglomération (Courlet, 2008). L'approche des *industries de territoire* s'inscrit à l'intérieur de cette démarche, rejoignant la manière dont Perroux avait défini, dans *L'économie du XX<sup>e</sup> siècle*, les rapports spécifiques entre activité et territoire : « Certains investissements dépendent des territoires et y sont attachés en ce double sens qu'ils concernent des ensembles territoriaux différenciés quant à leur souveraineté juridique, et aussi qu'ils intéressent des populations fixées » (Perroux, 1961, 1991, p. 287). Les *industries de territoire* regroupent donc des activités à localisation contrainte, notamment l'énergie et les industries de réseau (Béraud, 2009). Elles associent également, et c'est le cas qui nous occupe ici, les activités fondées sur l'exploitation d'un avantage territorial construit, résultat de l'influence conjointe de mouvements créatifs, de visions entrepreneuriales, de dynamiques de proximité et de politiques publiques.

Ainsi, les industries culturelles et les industries créatives mettent en valeur la créativité, l'innovation, le talent, comme des ressources spécifiques situées, dans des agencements institutionnels déterminés, qui leur permettent de bénéficier d'un avantage territorial durable, renforcé et souvent supporté dès l'origine par les politiques publiques.

### Essaimage des projets créatifs et externalités

Les effets induits par la concentration spatiale des industries culturelles et des industries créatives contribuent à favoriser la réduction des risques liés à la nature des activités, à améliorer la protection de la propriété intellectuelle, à mieux orienter l'intervention publique territoriale et à stimuler les conditions de formation et de captation des externalités (Béraud, Cormerais, Du Castel, 2012). Les clusters culturels qui accompagnent l'essaimage des projets privés et des politiques publiques, en Europe et en Amérique du Nord, illustrent bien ce propos (Cooke, Lazzeretti, 2007). Le quartier de la création et les projets culturels liés à la métropole Nantes Saint-Nazaire devraient donc également en bénéficier.

Il convient d'insister ici plus particulièrement sur le rôle des externalités liées à la culture et à la création, dont la nature et la portée participent à valoriser les activités sur le territoire. Et l'on peut invoquer les enseignements issus des approches de « l'objet local », pour reprendre une formule de Sfez (1977), qu'il s'agisse du district marshallien, du milieu entrepreneurial ou du cluster technologique. Dans tous les cas, la localisation des actifs se traduit par la formation d'externalités positives qui améliorent la compétitivité des activités et contribuent au développement des territoires.

Un certain nombre de rapports, dont notamment celui de l'UNCTAD (2008), analysent quelques-uns des « effets de débordement » ou « effets de déversement » (*spillovers*) propres aux industries créatives et aux industries culturelles, qui contribuent à faire des proximités territoriales les fondements du *média territoire* dont la métropolisation est porteuse.

Ces effets peuvent avoir pour origine la diffusion de la connaissance (*knowledge spillovers*), lorsque des acteurs locaux bénéficient des nouvelles idées, des découvertes, des innovations de produit ou de procédé issues des activités de R&D d'autres acteurs locaux. Ils peuvent être issus de la complémentarité des produits (*product spillovers*), lorsque la consommation d'un produit est le résultat de la consommation d'un autre, à l'image des relations entre le *software* et le *hardware* dans un certain nombre d'industries (informatique, électronique, industries du multimédia). Ils peuvent traduire les effets de réseau (*network spillovers*), induits par la concentration spatiale des créateurs et des entrepreneurs œuvrant dans le même métier ou dans des métiers complémentaires. De même, les effets d'apprentissage (*training spillovers*) constituent le résultat d'un processus collectif d'élévation des compétences, qui va profiter à tous les acteurs situés, liés à un métier ou un

ensemble de métiers, grâce à la mobilité des personnes d'une entreprise à une autre, mais aussi d'une industrie créative ou culturelle à une autre. Les effets de créativité artistique (*artistic spillovers*), de leur côté, contribuent à faire progresser le niveau général de chaque activité issue de ces industries, exerçant ainsi une influence indirecte sur la pratique professionnelle des autres participants dans le métier.

Les externalités liées aux industries culturelles et aux industries créatives peuvent donc être de nature diverse, mais leur influence, conjuguée avec les effets d'entraînement directs et indirects, contribue à favoriser la création d'activité, et partant, à accélérer le développement des territoires. La contribution des habitants, suscitée par l'expansion de l'*hyperterritoire*, peut d'autant mieux favoriser ces investissements qu'elle leur imprime un ancrage territorial, favorable à la construction d'avantages compétitifs pour les acteurs locaux et d'avantages comparatifs pour les territoires eux-mêmes.

### **Media territoire et nouvelles régulations : l'économie de la contribution**

L'émergence d'un *media territoire* suscite de nouvelles régulations économiques, qui ne passent plus forcément par les prix de marché ou la décision publique. Parmi ces régulations, l'économie de la contribution amène à substituer aux ajustements économiques classiques, une régulation par la participation, par le degré d'interaction des participants à l'intérieur d'une activité. Les compétences des contributeurs constituent des ressources librement disponibles et limitées seulement par les capacités des participants. Ainsi, l'économie de la contribution représente la manière dont ces ressources se conjuguent et s'enrichissent mutuellement, à partir de leur engagement à l'intérieur de l'activité.

L'économie de la contribution est liée au développement des capacités de chacun, autrement dit des capacités de *tout homme* et de *tous les hommes*, pour reprendre les formules de Perroux (1964, 1970). Les capacités sont à la fois des propriétés induites par les effets directs des dépenses d'investissement et de fonctionnement, et par les effets externes, les externalités positives, qui permettent de réviser le concept de puissance publique par l'implication plus directe des collectifs dans le cycle de création de valeur. En tant qu'économie politique du territoire créatif, l'économie de la contribution prétend ouvrir des champs de réflexion, destinés à la fois à interroger les concepts économiques couramment utilisés pour la décision politique, et à faire émerger une analyse prospective située, susceptible de favoriser la progression des capacités individuelles et collectives, en s'appuyant sur des processus de décision marqués par la délibération et par des choix économiques inscrits dans la durée.

## Conclusion : vers une différenciation territoriale contributive

Les interrogations sur le *media territoire* se traduisent donc par des problématiques plurielles, entre la construction symbolique et l'appropriation réelle des lieux, la mise à disposition des supports de communication et des bases d'information, et l'émergence de nouveaux modèles relationnels et économiques.

Dans la constitution de la métropole Nantes Saint-Nazaire, des domaines nouveaux peuvent s'ouvrir à l'investissement public ou à la participation publique privée, autorisant l'émergence de la figure du contributeur comme médiateur, expert, facilitateur : la création et l'accompagnement d'activités nouvelles, la gestion de la recherche-innovation d'origine publique ou partenariale, la gestion d'infrastructures aptes à favoriser la mise en réseau des actions de développement, les associations d'intérêts autour des communautés d'éducation et de formation, etc. En se combinant à l'initiative privée et à l'économie publique, l'économie de la contribution s'affirme comme un véritable *facteur de différenciation territoriale contributive*. Elle participe au développement des capacités individuelles et collectives, et partant, à la construction d'avantages comparatifs durables qui viennent renforcer l'ancrage des activités culturelles et créatives dans les territoires.



## BIBLIOGRAPHIE

AYRAULT, J.-M., « Prendre le temps », in *La Loire dessine le projet*, Paris, Éditions de la Villette, 2003.

BERAUD P., « Les industries de territoire : énergie, réseaux, culture », *Les Cahiers du CERC*, 4, 2009, p. 221-257.

BERAUD P., CORMERAIS F., du CASTEL V., « Open innovation, Economy of contribution and the territorial dynamics of creative industries », *Journal of Innovation Economics*, Issue n°9, 2012/2, De Boeck.

CORMERAIS F., « Territoires et innovation, entre développement sociétal et développement des capacités », *Les Cahiers du CERC*, 4, décembre 2009.

BRUNET R., *Le développement des territoires, formes, lois, aménagement*, la Tour d'Aigues Éd. de L'Aube, 2005.

COOKE P., LAZZERETTI L., *Creative cities, cultural clusters and local economic development*, Cheltenham, Edward Edgar Publishing, 2007.

COURLET C., *L'économie territoriale*, Grenoble, PUG ; 2008.

GUMUCHIAN H., PECQUEUR B. (dir.), *La ressource territoriale*, Paris, Economica, 2007.

MASBOUNGI A., *La Loire dessine le projet*, Paris, Éditions de la Villette, 2003.

PERROUX F., *L'Économie du XX<sup>e</sup> siècle*, Grenoble, PUG, 1961-1991.

PERROUX F., *Industrie et création collective*, 2 tomes, Paris, PUF, 1964-1970.

SFEZ L., *L'objet local*, Paris, Union Générale d'Éditions, coll.10/18, 1977.

SMITH N., *The New Urban Frontier: Gentrification and the Revanchist City*, London and New York, Routledge, 1996.

TORRE A. & BEURET J.-E., *Proximités territoriales*, Paris, Economica et Anthropos, 2012.

UNCTAD, *Creative economy. Report 2008*. New York and Geneva, United Nations Publication, 2008.

VELTZ P., *Le nouveau monde industriel*, Paris, Gallimard, 2006.

**Résumé :** Cet article s'intéresse à l'influence exercée par les industries culturelles et créatives sur le design territorial. Les industries créatives peuvent être caractérisées comme des industries de territoire. Leur ancrage territorial constitue une caractéristique structurelle, avec une forte influence sur les processus d'innovation, et sur les conditions de valorisation des biens culturels. L'interprétation met en lumière la dynamique des projets culturels à Nantes, qui s'organisent à l'intérieur d'un véritable cluster métropolitain.

**Mots-clés :** industries culturelles et créatives, quartier de la création, média territoire.

**Abstract :** *This paper deals with the influence of cultural and creative industries on territorial design. Creative industries can be characterized as territorialized industries. Their spatial anchoring constitutes a structural characteristic, with a strong influence on the innovation process, and on the conditions of valorization of cultural goods. The interpretation highlights the dynamics of cultural projects in Nantes, which are organized within a real metropolitan cluster.*

**Keywords :** *Cultural and Creative industries, Cultural cluster, Media territory.*

